

謝瑞麟進軍天貓拓電商市場

謝瑞麟今年將加速拓展內地市場。該集團主席及行政總裁謝邱安儀日前在業績發布會上表示，將在內地新增約20間店鋪。據了解，集團一直以開設自營店鋪為主，經過多年在中國經營店鋪所累積的經驗，在管理品牌方面具有信心，故今年將透過加盟方式開店。另一方面，該集團由6月開始將業務伸延至電子商貿，在天貓開網店藉以拓展市場份額。

■香港文匯報記者 羅榮韻

謝邱安儀表示，今年集團計劃在內地開設逾20間新店，而去年集團已試運3間加盟店，效果理想。她說，集團過去不開加盟店，是希望堅持門店質素，近年累積不少內地市場的管理經驗後，認為已到了善用加盟模式的時候。至於自營店及加盟店的比例，則需要視乎當地情況，而加盟店的地點主要傾向二、三線城市。目前，內地市場的銷售額佔集團整體營業額超過三成；本港市場方面，謝邱安儀表示仍有開店空間，今年計劃開設2至3間新店，其中一間會在元朗。

欲推網絡平台吸客

內地網購已成為趨勢，不少本港零售商紛紛搶佔商機，謝邱安儀稱，下月將在淘寶天貓開店，提供3000元人民幣以下足金或珠寶產品，主打年輕人市場。謝瑞麟副行政總裁陳立業補充說，高價貨品的銷售情況在過去一兩年持續下滑，故集團未來將增強大眾化產品的銷售，並且加強推廣以增加吸引力。而網上客戶購買能力與實體店客戶存在差異，網上平台客戶較接受3000元以下的產品，故網店推出的貨品與實體店將有所不同；但若同款產品，線上線下則將採取同價銷售策略。他又強調，雖然電商平台產品的單價較實體店便宜，惟毛利率不會有太大差別。



■謝邱安儀（中）表示，集團本月開始將業務伸延至電子商貿。

事實上，在內地「反腐」的行動下，內地高價珠寶銷情已顯著受到衝擊。為此，謝瑞麟早已作出策略調整，轉攻大眾市場，去年低價產品銷售旺盛抵消了相關影響，令總銷售額錄得增長。謝瑞麟目前在內地主打珠寶產品，足金業務還在起步階段，189間店鋪中僅有5家售賣足金。謝邱安儀此前已表示，集團將繼續開拓價格較優惠的自用珠寶首飾產品市場。

對於本港政府擬研究削減兩成自由行遊客人數，謝邱安儀認為，此舉對零售業有一定程度影響，但謝瑞麟在香港網絡不大，僅25間分店，尚有部分地區未有覆蓋，因此她相信集團可以消化這個轉變。該集團首席財務總監黎子武進一步指出，削減自由行的政策有較大機會是針對一日多次往返的遊客，相信對公司影響不大。

黎子武還表示，去年4月至6月出現的「搶金潮」，帶動足金產品銷售迅速增長，下半年則受新旅遊法所影響，令銷售情況放緩，但全年港澳區銷

售仍錄得16%增長。但他預計，今年同店銷售存在壓力，主要是去年「搶金潮」令銷售額基數升高。謝邱安儀也稱，雖然黃金產品需求較去年明顯下降，但由於黃金屬於傳統婚嫁用品，相信需求會平穩。

積極應對不穩定因素

金價走勢波動，陳立業表示，集團目前並未有作出對沖策略抵銷相關風險；不過，集團會適時檢討是否需要進行對沖，平衡風險。目前集團已着力提高存貨周轉率，以抗衡國際金價波動影響。至於集團有否融資需要，黎子武指出，除向銀行借貸外，不排除採納其他融資計劃，而今年的資本開支為6000萬元。據了解，目前集團向銀行的借貸主要用作開展新業務，例如開設電子商店及旺角分店，以及集團正投放資源調整產品存貨組合，資金亦用於支持存貨增長。

海爾冀成內地最大家電配送平台

早着先機

海爾電器正轉型為全方位零售服務及物流平台業務模式，並積極發展消費增長較快的小型城市。而去年與阿里巴巴的戰略合作，亦已初見成效，據該公司主席及行政總裁周雲杰日前透露，預期阿里巴巴今年給予海爾的訂單量不少於400萬件，涉及物流配送費達3億元人民幣；預料未來兩年按年升幅至少達到兩倍，明年出貨量可倍增至1,000萬件水平，而2016年則繼續翻倍。他相信，今年旗下物流平台整體訂單量將達1,000萬件，有望成為內地最大家電配送平台。

去年阿里巴巴入股海爾電器，當時已成為市場焦點，並看好海爾的電子商務及物流業務將實現強勁增長。周雲杰日前在股東會後也表示，雙方在今年三月底完成有關入股事宜，至今合作已有兩個多月，業務擴展順利。至於未來會否有更進一步的合作，他則表示要視乎雙方戰略計劃及發展需要而定，現時未有具體方案。

據了解，作為內地家電龍頭企業，海爾電器持續受惠於行業整合，該公司的市場佔有率及利潤率均具有增長空間。市場普遍認為，在行業增長放緩之際，創新的互聯網定制、線上線下融合等模式突顯競爭力，更多企業也將尋求物流服務的外包，以降低供應鏈管

理成本。海爾電器開放的第三方物流平台、電商業務、非海爾品牌以及新品類的綜合渠道業務，都將迎來空前的發展機遇。

調整結構應對疲弱樓市

周雲杰指出，除了發展傳統家電外，該公司未來也將着力發展智能家居互聯。而憑藉該公司在內地擁有全面的家電分銷網絡，下一步海爾將利用好其實體網絡，設訊息交換中心，發展智能化物流。「今年公司有15億元人民幣資本開支預算，除了作出上述發展，也有一定比例希望用作併購。」他如是說。

此外，該公司在強化和阿里巴巴旗下天貓商城現有的合作基礎上，還將透過利用覆蓋全國尤其是三四線市場之分銷和配送網絡能力，加快擴展家電、傢具及浴具等大件貨品的服務平台業務，藉以延伸業務的增長空間。目前，海爾電器已和七大電商合作，並在全國建立了90多個物流配送中心，基本上已覆蓋全國90%以上的城市。

目前，海爾已成功建立良好的品牌，並擁有龍頭優勢，去年海爾洗衣機品牌零售量連續五年蟬聯全球第一，佔全球市場的13.3%；在中國的市佔率更達28.1%，亦排名第一。銷售網絡方面，截至去年底，

海爾於縣級市場擁有超過8,000家海爾專賣店，以及近千家售賣多品牌家電的日日順加盟店；而在全國各級市場銷售網點總數也超過3萬家。

不過，周雲杰也承認，內地樓市低迷確實對家電行業造成影響，但該公司已於去年下半年至今年首季度改變產品結構，預期城镇化將帶來樓市剛需，加上智能家電新趨勢之推動下，該公司有望在第二季度保持較理想的銷售增長。

■海爾電器與阿里巴巴的戰略合作已初見成效



網龍打造全球創新科技巨擘

上行公司

內地領先的網絡遊戲與移動互聯網平台開發商及運營商——網龍網絡有限公司，日前宣布收購Cherry-picks Group（創奇思集團）旗下移動方案業務。同時，網龍將積極擴大創奇思集團現有的技術研發與拓展新市場。在策略性合併後，創奇思集團將繼續專注為不同行業領域的客戶研發與提供世界級、全面的創新移動方案，至於旗下的Cherry-picks Alpha品牌則專注研發O2O移動營銷、購物與商貿產品平台。

網龍主席兼執行董事劉德建表示，創奇思集團是亞太區移動科技及移動營銷界的翹楚，其追求創新與精益求精的企業文化與網龍致力為中國與全球市場客戶提供最佳移動方案的使命不謀而合。「我們相信是次策略性合併將為網龍與創奇思開闢巨大商機，為我們來自全球不同層面的客戶提供突破性、世界級移動產品與方案，包括企業軟件、移動社區、移動商務與移動教育。」網龍期望與創奇思的團隊緊密合作，並不斷加強創奇思現有的客戶產品，為企業與消費領域的移動客戶創造更高的價值。

創奇思行政總裁趙子翹也表示，是次與中國移動網絡巨擘網龍奠定策略性合併關係，並矢志創造創奇思與網龍最佳業務雙贏及協同效應，在拓展中國以至全球移動網絡市場上實現優勢互補。是次交易充分反映了創奇思多年來的研發成果，並為集團引入新資金以增強研發實力，有助集團業務多元化發展。此外，創奇思得到網龍全力支持，可得到進軍中國內地市場的便利渠道，讓創奇思業務的全球化發展再踏前一步。

針對網龍最新的發展情況，劉德建日前在業績發布會上指出，該公司近年已成為移動及互聯網教育業務的主要參與者。網遊業務方面，該公司在對現有遊戲產品推出新資料片以鞏固國內市場的同時，為積極應對日益激烈的市場競爭，網龍加大了在海外市場拓展的力度，而公司首季度海外遊戲業務的收益已錄得超過23%的環比增長。「我們將繼續維護現有遊戲的穩定運營，同時陸續發布更多品質優良的遊戲產品，擴展公司的產品組合，確保公司的遊戲業務收益的穩步增長。」

移動端遊戲方面，劉德建指出，鑒於國內手遊市場在2014年以來呈現出的井噴態勢，公司提高了研發方面的標準。同時，網龍也依託在海外市場深耕多年所積累的豐富經驗，加大了開拓海外手遊市場的力度。「總之，與網遊業務一樣，公司將繼續保持在海內外手遊市場同時發力的戰略，依託自身能力與資源的優勢，不斷擴大來自手遊業務的收益規模，滿足市場在移動互聯網時代的遊戲需求。」

至於在線教育業務的布局，據劉德建透露，該公司將全面推進各相關戰略的穩步實施。在近期重點着力的K12教育方面，與Foxtec及嘉樂基金I期訂立的合作協定，使公司在該領域的旗艦項目學生平板獲得了技術、資金及資源方面的優勢。與此同時，面向下一階段布局的全國遠端中職公共服務體系建設項目也順利推進，公司已與多家職業教育領域的權威機構確定了合作意向，搶佔了在線職業教育市場的先機。

展望未來，網龍將繼續發揮資本優勢，強化基於移動互聯網構建全民終身教育體系的目標定位，以「遊戲化、移動化、大資料」為理念，依託自主研發的3D引擎等核心技術，在K12教育、職業教育、非學歷教育及終身教育等領域進一步完善產品體系的戰略布局。

羅兵咸：港銀應變革迎互聯網金融衝擊

行業報告

羅兵咸永道最新發布的《銀行業2020》調查報告表示，在互聯網金融的衝擊下，本港銀行必須開始變革，善用科技引入更多簡化的經營模式，還需要以客為先。羅兵咸永道香港區銀行業及資本市場組主管李寶亨表示，改革有助銀行節省成本之餘，亦可望增加銀行利息及非利息收入10%至20%，保守估計整個零售銀行業界的總收益在2020年前可增加250億元。

面對網上理財產品的衝擊，傳統零售銀行的盈利空間受壓。羅兵咸永道在該份調查報告中指出，零售銀行者感受到四方八面的挑戰和壓力，其中一項就是新經營者的加入。據了解，現時本港零售銀行未能善用手上的資源及數據，亦未有針對客戶所需提供相關產品，而且顧客服務水平欠佳，因此當騰訊及阿里巴巴等新競爭者涉足銀行業時，他們能以更好的數據，分析其龐大客戶群的資料及相關喜好，這將直接衝擊零售銀行業。

羅兵咸永道亞太區金融業諮詢服務主管James Quinnild表示，其實很多銀行都留意到本身沒有這些優勢，問題是銀行要如何進行變革，提升實力，足以應對現在及將來的挑戰。報告又指出，有八成受訪銀行認同在顧客服務方面存在問題，但僅有不足兩成表示正積極應對。

報告建議，零售銀行應該發展一個以客為先的營運模式，為客戶提供優質的服務體驗，以留住顧客；另簡化現時服務程序，善用科技把程序數碼化，減少重複工序以提升效率和減低成本，例如銀行可根據顧客的身份證號碼，在資料庫查閱相關個人資料，以減低顧客使用不同服務時均需填寫

表格的不便，而銀行亦可根據顧客的偏好及習慣提供更多合適的服務。

羅兵咸永道香港區銀行業及資本市場組主管李寶亨表示，報告中預計在2020年前有250億元收入增長，只包括了用家存放更多資金在銀行及購買更多理財產品，但並未把成本降低的收益計算在內，因此250億元的收入增長只是一個保守估計數字。他認為，銀行門市的角色應轉變為與顧客進行更多互動的地方。

在李寶亨看來，如果將內地網上理財產品向本港客戶銷售，會搶去本港銀行的生意，為本港銀行的經營帶來威脅，不過開放與否仍由內地監管機構決定。他表示，本港多家小型銀行已經被外資及中資機構收購，客戶關係良好，港銀經營仍有優勢。

事實上，近年零售銀行已加快科技投入及創新。如花旗集團日前宣布在亞洲地區的登記電子銀行服務客戶數目已經突破700萬大關，截至2014年4月底，在亞洲已有740萬客戶登記使用花旗集團電子銀行服務。花旗銀行環球個人銀行服務電子銀行業務主管蘭芳表示，現今越來越多銀行服務都能透過網上銀行、流動電話，以及其他電子渠道進行，花旗銀行因此繼續投放資源於科技發展。

她透露，現時有超過40%的活躍客戶均有使用花旗銀行網上銀行服務或流動理財服務進行日常交易，花旗銀行香港的網上銀行服務客戶人數自2010年起按年增長達22%，而流動理財服務客戶人數於2010年至2013年間的按年增長更高達80%，可見流動理財及網上銀行已成為零售銀行的重要服務渠道。



■羅兵咸永道日前發表報告稱，本港銀行必須變革，以應對互聯網金融的衝擊。